

「市民大学講座」受講後アンケートの結果から

岩 永 雅 也

今回のHi-OVIS『市民大学講座』は、昭和59年度の実験と異り、企画からテキスト執筆、映像素材の制作、番組への出演、そして他局用の60分番組への編集までほとんどすべての作業を、Hi-OVISと放送教育開発センターとが共同で行った。20本の番組は完全にオリジナルなものといってよい。したがってこのシリーズの中でわれわれは、内容面・技術面の両方にわたり、自由に様々な実験を試みることができた。

この受講後アンケート調査の目的の一つは、そうしたいくつかの試みが、受講する視聴者の側にどのように受け取られたかを知ることであった。言うまでもなく、番組放送後に何らかのフィード・バックを視聴者に求めることは、この種の実験では不可欠の要素である。今回の実験の場合、そのために3つの方法がとられた。つまり、①Hi-OVISモニターに対するテンキー・アンケート、②Hi-OVISスタジオ受講生に対する毎回アンケート、そして③ネット局も含めた全受講登録者に対する、質問紙による受講後アンケート、である。前二者については、川島チーフ・プロデューサーの稿に譲るとして、ここでは③の受講後アンケート（以後単に「アンケート」）の結果についての検討を試みたい。

なお、アンケート調査の概要は次のとおりである。

調査の名称：「『市民大学講座』受講後アンケート」

調査の期間：ほぼシリーズ終了後2週間（Hi-OVISでは昭和61年2月下旬、他は3月下旬から5月上旬）

調査対象：Hi-OVISのモニター受講生、スタジオ受講生（モニター外）、ネット各局の受講生（上田、富士五湖、岸和田、唐津）

※ ネット局のうち、一ノ関、大飯町、下市の各局については、放送期間の関係で同時に調査を行うことが不可能であった。

調査方法と回収率：各局の受講登録者に対する郵送による自計式の調査であり、
回収率は約 40 %（131 / 320）であった。

1. 受講生について

アンケートを回収できた 131 名の所属及び諸属性は図表 1 のとおりである。

図表 1 受講生の諸属性

	地域別						
	Hi-OVIS モニター	Hi-OVIS スタジオ	唐津	富士五湖	上田	岸和田	計
人数	28	23	32	21	17	10	131
%	21.4	17.6	24.4	16.0	13.0	7.6	100.0

	性別			
	男性	女性	不明	計
人数	71	59	1	131
%	54.2	45.0	0.8	100.0

	年齢別					
	20代	30代	40代	50代	60以上	不明
人数	18	19	26	37	28	3
%	13.7	14.5	19.8	28.2	21.4	2.4

	職業別						
	管理・専門・技術職 (被雇用)	事務職(被雇用)	技能・小売・サービス職 (被雇用)	自営・自由業	主婦	無職	不明
人数	43	12	14	10	37	10	5
%	32.8	9.2	10.7	7.6	28.3	7.6	3.8

	学歴別				
	旧小卒・新中卒	旧中卒・新高卒	旧師範卒・旧高卒・新短大卒	旧専門卒 新旧大卒	不明
人数	2	39	34	45	11
%	1.5	29.8	26.0	34.3	8.4

これを見ればわかるように、性別では男性がやや多く、年齢的には50代60歳以上という比較的高齢者が半数を占める集団となっている。また、職業については、被雇用の管理・専門・技術職がほぼサンプルの3分の1弱を占め、ついで主婦が4分の1強を占めている。この2つのグループでサンプルの約6割を占める。学歴別に見ると、高卒等、短大卒等、大卒等にサンプルがほぼ3分されていることが見てとれる。

さて、サンプルがこのような特性を持つ集団であることを踏まえたうえで、以下個々の調査項目ごとの結果の検討を行うことにしよう。

2. 受講動機と講座への期待

アンケートではまず最初に、どのような理由から今回の「市民大学講座」の受講を希望したか、について尋ねている。回答方法は択一式ではなく、図表2にあげた8つの項目のそれぞれについて、あてはまるかあてはまらないかを答えてもらうというものである（今回のアンケートでは、この方式を多用している）。

まず全体の傾向を見よう。図表2の右端の列が各項目の全サンプルにおける肯定率を表している。これを見ると「教養を身につけたい」を理由にあげている受講生が最も多く、また全体の半数が「テーマ・内容にひかれて」または「新しいことを知るのが好き」と積極的な姿勢を持って受講を希望したことがわかる。逆に「なんとなく」「いつも参加しているから」といった消極的理由はかなり少ない。もっともこの数字はアンケート調査にまで協力してくれた人たちのものだ、というバイアスは考慮する必要があるかも知れない。

図表2 受講動機 -析出された因子※と単純集計-

項 目 \ 因 子		第1因子	第2因子	第3因子	肯定率の単 純集計(%)
因子 負 荷 量	余暇を有効に使いたいから	0.05	0.12	0.55	39.7
	教養を身につけたいから	0.07	-0.08	0.55	73.3
	テーマや内容にひかれたから	0.12	-0.34	0.31	49.6
	新しいことを知るのが好きだから	0.83	-0.00	0.15	49.6
	新しい時代についていきたいから	0.86	-0.10	0.05	42.7
	有線テレビの企画にはいつも参加しているから	0.04	0.06	0.02	20.6
	どんなものかみてみようというくらいの軽い気持ちで	-0.01	0.60	0.04	34.4
	ただなんとなく	-0.03	0.69	0.01	9.2
固 有 値		1.60	0.95	0.64	
寄 与 率		45.00	26.6	18.1	
因 子 の 意 味		新知識への積極的興味・関心	特定の目的なし	余暇利用教養志向	

※ ヴァリマックス回転後の因子。なお全部で4因子が析出されたが、意味が不明瞭なため、第4因子は省略した。

次に、どのような背景を持った受講生がどのような受講動機を持っていたのかについて考察してみよう。ただし回答結果を未整理のまま眺めても背後にある意味をとりにくいので、結果に因子分析をほどこし、回答傾向の似かよった項目をいくつかの因子のもとにグループ別けし、そのグループを意味付けしてそれらと各属性グループとの関連を見ていくことにする。つまりどんな属性や背景を持った受講生がどんな動機を持ちやすいのか、それを明らかにしようというのである。

表の中の第1因子の列を見ると、「新しいことを知るのが好きだから」、「新しい時代についていきたいから」という2つの項目の負荷量(ウェイト)

が非常に高く、他の項目は低いことがわかる。とりわけ、「軽い気持ちで」「なんとなく」といった消極的な項目で負荷量が低くなっている。このことから、この第1因子の意味するところが「新知識への積極的興味関心」であることがわかる。また、この因子を代表する項目は「新しいことを知るのが……」、「新しい時代について……」の2者である。

同様にして、第2因子については、「軽い気持ちで」「なんとなく」が肯定的な回答傾向で強い共通性を持ち、「テーマ・内容にひかれた」という項目に否定的に答える傾向と平行していることがわかる。したがってこの因子の意味は「特定の目的なし」ということになり、この因子を代表する項目は「軽い気持ち」と「なんとなく」ということになる。全く同様に、第3因子の意味は「余暇利用・教養志向」、また因子を代表する項目は「余暇を有効に使いたい」「教養を身につけたい」の2者であった。

次の図表3は、このように抽出された各因子を代表する項目について、どのような属性グループの肯定率が高いか、また低いかを見たものである。

図表3 各因子を特徴付ける項目の肯定率（受講動機）

因 子 属 性		第 1 因 子		第 2 因 子		第 3 因 子	
		新しい時代についていきな	新しいことを知るのが好き	ただなんとなく	どんなものかみてみようというくらいの軽い気持ち	余暇を有効に使いたい	教養を身につけたい
地域別	Hi-OVIS モニター	38.5	40.7	7.7	29.6	37.0	81.5
	Hi-OVIS スタジオ	57.1	68.2	13.6	40.9	77.3	68.2
	唐 津	45.8	44.0	8.3	42.3	54.2	81.5
	富 士 五 湖	55.0	75.0	16.7	36.8	31.6	76.2
	上 田	73.3	73.3	15.4	53.8	26.7	76.5
	岸 和 田	10.1	20.0	0.0	33.3	20.0	80.0
性別	男 性	46.7	48.3	3.6	34.5	35.6	71.2
	女 性	49.1	60.3	18.5	42.1	52.6	84.2
年齢別	20 代	22.2	61.1	16.7	38.9	27.8	83.3
	30 代	66.7	77.8	11.8	47.1	38.9	73.7
	40 代	33.3	39.1	5.0	50.0	50.0	95.7
	50 代	47.1	45.7	9.7	26.5	45.7	63.9
	60 以 上	63.6	59.1	9.1	31.8	52.4	80.0
職業別	管理・専門・技術職（被雇用）	55.9	55.9	3.2	36.4	39.4	76.9
	事務職（被雇用）	50.0	66.7	30.0	40.0	41.7	83.3
	技能・小売・サービス職（被雇用）	30.8	46.2	7.7	38.5	15.4	69.2
	自営・自由業	40.0	50.0	20.0	40.0	50.0	80.0
	主 婦	42.4	50.0	9.1	44.4	51.4	82.9
	無 職	60.0	60.0	10.0	20.0	60.0	60.0
学歴別	高 卒 等	54.1	59.5	15.2	30.6	45.9	78.4
	短大卒等	46.7	48.3	10.3	34.5	46.4	81.8
	大 卒 等	40.0	53.5	7.5	47.6	44.2	77.3

※ は属性グループ内の最大値

まず「新知識への積極的興味・関心」について見よう。地域別では、上田で肯定率が高いのが目立つ。それと全く対照的なのがHi-OVISのモニターで、新しい知識がそれほど動機付けの意味を持っていないことがわかる。性別では女性、年齢別では30代の受講生の肯定率が高い。職業別では事務職、無職の肯定率が高い。また学歴が高いほど新しい知識の動機付けの意味は薄い。

次に「特定の目的なし」を見よう。不思議なことに、この因子についても上田の肯定率が高い。反対にHi-OVISモニターの率が極めて低くなっているのが目立っている。性別では女性、年齢別では20代と40代に多い。学歴別に見ると全体として大卒の方が比較的軽い気持ちで参加していることがわかる。また「余暇利用・教養志向」については、Hi-OVISのスタジオ受講者、モニターともに高い値を示しており、生駒の地域特性の一端を見ることができる。年齢別に見ると、余暇では高齢者の、教養では40代の値がそれぞれ高いことがわかる。職業別では、当然のことながら被雇用者の余暇利用が少いが、教養志向という点では被雇用事務職の値が最も高くなっている。学歴による差は見られない。

さて次に、今回のシリーズに対して受講者がどのような期待を抱いていたかについて見よう。先ほどの受講動機と同様に、まず全体の傾向を概観する。図表4の右端の列がそれである。

図表4 「市民大学講座」に期待したもの

－析出された因子※と単純集計－

項 目 \ 因 子		第 1 因 子	第 2 因 子	肯定率の※※ 単純集計(%)
因 子 負 荷 量	視野の広さ	0.66	0.03	22.1
	学問的な深み	0.64	0.24	21.4
	学ぶことの楽しさ	0.35	0.28	23.7
	大学の講義の雰囲気	0.19	0.42	10.7
	モノを考えるヒント	0.36	0.27	23.7
	講師やゲストとのふれあい	0.13	0.91	7.6
	新しい知識の獲得	0.43	0.21	33.6
固 有 値		1.95	0.64	
寄 与 率		75.2	24.8	
因 子 の 意 味		内容への期待	人間的ふれあいや 雰囲気への期待	

※ ヴァリマックス回転後の因子。

※※ 「とても期待した」と回答した者のみ。

全体としては、「新知識の獲得」に対する期待が最も大きく、ついで「学ぶ楽しさ」「考えるヒント」となっている。それに対し、「講師やゲストとのふれあい」や「大学の講義の雰囲気」に対する期待はかなり低い。この結果は、市民大学講座というものがどのような期待を持たれているのかを示したものと考えてよいだろう。

図表4は、先ほどの受講動機と同様、期待に関する因子分析の結果もあわせて示している。それによると、期待に関しては「内容への期待」と「人間的ふれあいや雰囲気への期待」という2因子が見出されている。それらを代表する計5項目について、属性グループごとの肯定率を見たものが図表5で

ある。

図表5 各因子を特徴付ける項目の肯定率※（講座への期待）

因 子 属 性			第 1 因 子			第 2 因 子	
			視野の広さ	学問的な深み	新しい知識	講師・ゲストとのふれあい	大学の講義の雰囲気
地域別	Hi-OVIS モニター		23.1	23.1	33.3	11.1	15.4
	Hi-OVIS スタジオ	オ	22.7	18.2	36.4	18.2	9.1
	唐	津	16.7	15.4	26.9	4.2	12.5
	富 士 五 湖		25.0	30.0	30.0	5.0	10.0
	上	田	28.6	40.0	64.7	7.7	7.1
	岸 和 田		40.0	20.0	30.0	0.0	20.0
性別	男	性	20.0	22.2	39.1	3.4	8.5
	女	性	28.6	25.5	33.3	14.3	16.1
年齢別	20	代	41.2	33.3	33.3	5.6	11.1
	30	代	41.2	29.4	63.2	11.8	5.9
	40	代	25.0	27.3	43.5	13.6	22.7
	50	代	17.1	23.5	31.4	8.8	9.1
	60 以 上		11.5	12.0	20.8	4.3	8.7
職業別	管理・専門・技術職（被雇用）		17.9	21.6	35.1	0.0	3.0
	事務職（被雇用）		27.3	25.0	25.0	0.0	8.3
	技能・小売・サービス職（被雇用）		38.5	23.1	46.2	7.7	7.7
	自営・自由業		10.0	30.0	40.0	0.0	20.0
	主 婦		31.4	27.3	42.9	22.9	17.6
	無 職		20.0	20.0	30.0	10.0	20.0
学歴別	高 卒 等		24.3	21.6	35.1	8.3	10.8
	短 大 卒 等		19.4	18.5	33.3	7.1	18.5
	大 卒 等		29.5	28.9	38.6	7.1	4.8

※ 「とても期待した」と回答した者のみ。

※※ は属性グループ内の最大値。

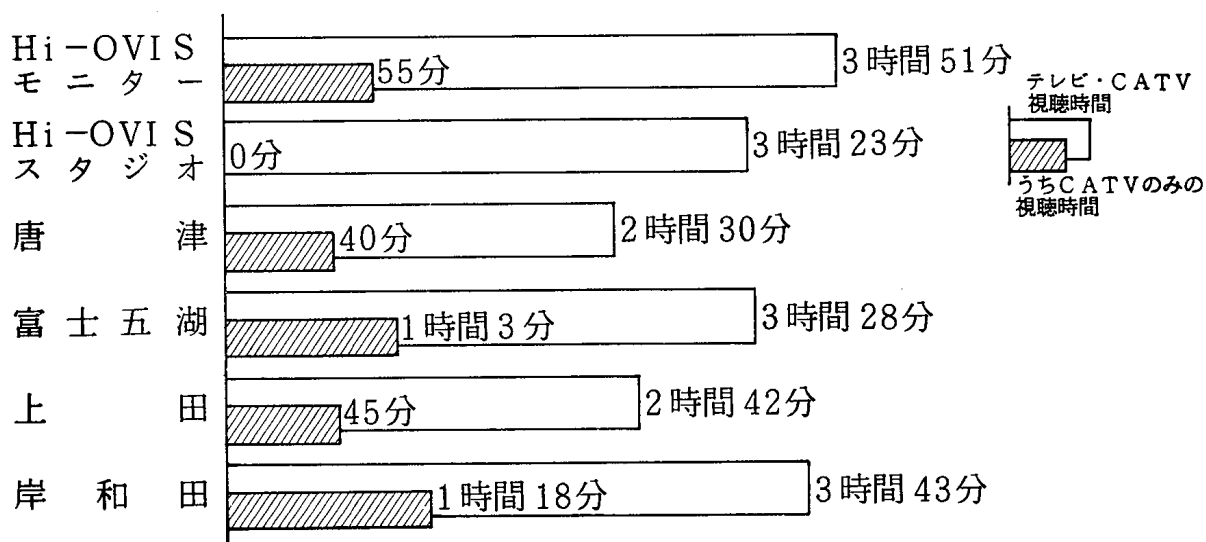
これを見ると、第1因子の各項目については、上田がとりわけ高い値を示していることがわかる。それに対し、唐津とHi-OVISモニターの内容的期待感は極めて低調であったといえるだろう。性別では全体に女性の内容的期待が高いが、「新しい知識」に関しては逆に男性の期待が高かったことがわかる。年齢的には、若い層ほど内容に対する期待が高い。また学歴別では、大卒者が最も内容的期待感が強く、短大卒者では最も低くなっている。

次に「ふれあい・雰囲気」に対する期待では、当然のことながらHi-OVISスタジオ受講者の期待が比較的高かった。しかし前にも見たようにその絶対値はそれほど高くない。性別で見ると、女性の方が圧倒的に「ふれあい派」であることがわかる。この性別の傾向が影響を与えていると思われるが、年齢的には40代で最も「ふれあい・雰囲気」に対する期待が強かった。職業的には主婦と無職の値が高く、学歴別では内容的期待と異り、大卒者の値が極めて低い。

3. テレビ視聴傾向と継続学習経験の有無

次に、こうした学習機会の利用の背景となる、テレビやCATVの視聴傾向及び受講以前の継続学習機会の利用傾向について、アンケート結果を検討しよう。図表6は回答者の家庭で1日平均どれくらいの時間、テレビやCATVが視聴されているかを尋ねた結果である。

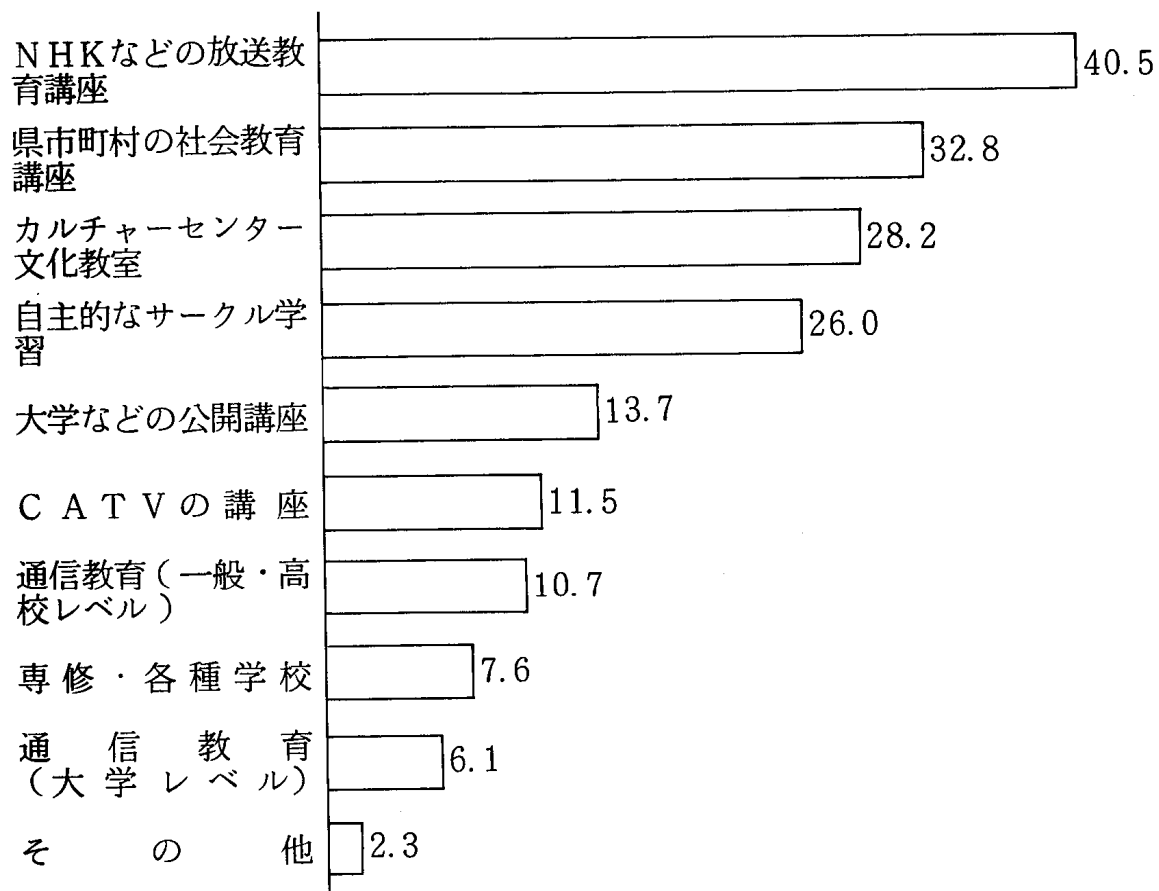
図表6 各家庭のテレビ・CATV 1日平均視聴時間



これによると、地域により思いのほかテレビの視聴時間に差があることがわかる。最も顕著なのはHi-OVISモニターのテレビ・CATV視聴時間が長いことである。最も短い唐津との間に1時間21分もの差が見られる。しかしHi-OVISモニターのCATVのみの視聴時間は、それほど長くなく、1時間に満たない。全体として見ると、各家庭とも平均して1日3時間程度のテレビ視聴習慣があるものといっていよう。

また今回のシリーズ受講前にどのような継続学習経験があったか、という質問に対しては、全体として図表7のような結果が得られた。NHK等の放送教育番組の受講経験者（特に登録やスクーリングを必要としないものを含む）が最も多く、40%強を占めている。それについて社会教育講座、カルチャーセンターが多く、それぞれ3分の1から4分の1にのぼっている。注目してよいのは4番目の自主的なサークル学習経験が4分の1強あることで、この数字から今回のシリーズの受講生集団が、普段からかなり学習に対する意識の高い層であることがわかるのである。ただし、それらの学習機会に比してCATVの講座の受講経験は少なく、10分の1強に過ぎない。このことからCATVの教育目的のための利用が、現在のところそれほど普及してはいないことが読み取れるのである。

図表7 「市民大学講座」受講以前の継続学習経験（マルチプル：％）



4. 講座に対する受講生の評価

各受講生は、全20回の講座を視聴してどのような感想を持っただろうか。

アンケートでは、まず全20回の全体的評価を尋ねている。

図表8 「市民大学講座」への全体的評価※

属性		項目 全体のテーマに対する各回の 内容の妥当性	テキストの 内 容	ビデオ・写真 等教材の質	ビデオ・写 真等教材の 使い 方	放送時間の 長 さ	放送時間帯	講師6人で の分担方式	ゲストの 利 用
地域別	Hi-OVIS モニター	61.5	66.7	48.0	44.0	84.0	55.6	92.0	92.3
	Hi-OVIS スタジオ	38.1	71.4	38.1	28.6	70.0	70.0	80.0	85.7
	唐 津	56.0	37.0	50.0	55.0	56.0	30.8	71.4	76.2
	富 士 五 湖	55.0	57.9	50.0	27.8	60.0	50.0	65.0	75.0
	上 田	43.8	62.5	43.8	40.0	81.3	68.0	62.5	93.3
	岸 和 田	40.0	70.0	50.0	60.0	80.0	77.8	70.0	100.0
性別	男 性	45.5	50.7	44.3	41.7	67.7	53.1	70.0	86.9
	女 性	57.7	71.4	48.0	39.6	75.5	58.5	80.4	84.0
年齢別	20 代	58.8	62.5	41.2	35.3	72.2	76.5	61.1	88.9
	30 代	47.4	63.2	50.0	35.3	63.2	47.4	68.4	83.3
	40 代	45.8	60.0	47.6	38.1	77.3	59.1	85.7	85.7
	50 代	48.4	55.2	41.4	39.3	64.5	44.1	72.4	83.9
	60 以 上	56.0	56.0	50.0	52.2	78.3	56.5	81.8	86.4
学歴別	高 卒 等	60.0	61.8	48.5	33.3	76.5	58.3	71.4	73.5
	短大卒等	48.4	57.1	42.9	44.4	69.0	48.1	69.2	84.6
	大 卒 等	40.5	54.8	51.2	48.7	62.8	54.5	78.0	95.1

※ 「満足できた」と回答した者の比率(%)

□ は属性グループ内の最大値

それによると、全体テーマ「新しい日本学」に対する各回テーマの妥当性については、特に地域別、学歴別に差が見られた。Hi-OVIS モニターは6割以上が「満足」と答えているのに対し、Hi-OVIS スタジオ受講生ではそれが4割に満たない。他の属性では、女性が男性に比べてやや評価が高いこと、高齢者ほど評価が厳しいこと、高学歴者ほど評価が厳しくなっていることなどを見ることができる。またテキストの内容に対する評価では逆にHi-OVIS スタジオ受講生の評価が最も高かったが、他の属性については、ほぼ前の項目と同様の結果が見られた。こうしたことから、テーマや内容的側面、あるいは活字教材に関しては、女性、若年者、修学期間が短い、といった条件を持つ者の評価が高くなっていることがわかる。

ところがビデオ等の教材に関する評価を見ると、事情が全く逆転しているのを知ることができる。つまり男性の評価が高くなって女性とほとんど変わらなくなり、若年者の評価が低くなり、高卒者・短大卒者の評価が低くなるのである。こうした一連の傾向は、言葉をかえていえば、内容的側面や活字教材に関しては、高齢者、男性、高学歴者などがそれらに頻ぱんに接しているために評価基準が厳しく、逆にビデオなどビジュアルなものに関しては、若年者、女性、高卒者などがより親しんでいるためにその基準が厳しい、ということを示しているとも考えられるのである。

シリーズ全体の進め方の技術的側面に関する項目については、概して好意的な結果が見られた。ただし、放送時間に関しては、地域により評価に大きなバラツキが見られる。各放送局の抱える個々の事情を考えれば当然のことといえよう。

次に、シリーズ全体を通して双方向システムが有効に利用されていたかどうか、という技術的な側面からの評価を検討しよう。図表9,10は、そのことについてHi-OVIS モニターと、それ以外の受講生とにわけて尋ねた結果である。

図表9 双方向システム利用に関する評価

(Hi-OVIS モニターのみ：28名)

項 目 評 価	双方向画像システム の番組中の 利用は……	双方向画像システム のQ&Aコーナ ーでの利用は…	テンキーの番組 の中での利用は ……
あまり利用されていなかった	21.4	17.9	0.0
利用されていたがあまり効果的ではなかった	32.1	28.5	32.1
うまく利用されており効果的だった	42.9	35.7	60.8
利用の回数が多すぎた (利用時間が長すぎた)	3.6	17.9	7.1

図表10 双方向システム利用に関する評価

(Hi-OVIS モニター以外：63名)

項 目 評 価	番組中にモニター が授業に参加 することは……	Q&Aコーナーで モニターが画面に 出てくることは…	番組の中でモニ ターへのアンケート ができることは…
あまり学習の役に立つとは思えない	11.1	9.7	8.1
もっと効果的に使えば役に立ちそう	57.1	45.2	46.8
うまく利用され効果的だった	27.0	37.1	41.9
少し煩瑣な感じがした	4.8	8.1	3.2

まずHi-OVIS モニターの回答を見よう。システムの中で最も高く評価されたのは、テンキーの利用である。6割強の人がその効果的な利用を評価している。それに対し、双方向画像システムの利用に関しては、番組中、番組後のQ&Aコーナーともにそれほど高い評価を得ていない。特に番組中の利用については、その頻度が少なかったこと、またQ&Aコーナーでの利用

については、その冗長さがそれぞれ比較的多く指摘されていることには注意する必要があるだろう。

ついで図表 10 のモニター以外の回答を見てみよう。モニター以外は無回答がかなりあり（68 名）若干問題があるが、ここでは参考意見として考慮したい。全体として好意的な評価が優勢なのは、モニターの場合と同様である。特にテンキー・アンケートに対する評価が最も高い。このことも図表 9 のモニターの場合と同様の傾向であるといえてよい。しかし全体として、今回の「市民大学講座」で十分有効に使えた、というより、利用の仕方によっては効果的だ、という回答が多く、まだまだ利用の仕方に工夫する余地があることが指摘されていると見られる。

さて次に 20 回各番組それぞれに対する個別の評価に眼を転じよう。図表 11 の右端の列に、各番組を「よかった」と評価したパーセンテージが示してある。

図表11 番組各回の評価 ー析出された因子ー

番組 \ 因子	第1因子	第2因子	第3因子	「よかった」 という回答の 単純集計(%)	
1.開く(合意のダイ ナミズム)	0.59	-0.01	0.26	29.4	△
2.爆発する(縄文)	0.39	0.27	-0.08	37.3	
3.撮る(木下恵介)	0.19	0.13	0.44	66.7	
4.暮らす(おとなと 子ども)	-0.01	0.73	0.20	41.3	
5.暮らす(男と女)	0.29	0.48	0.07	41.0	
6.詠む(万葉)	0.79	0.02	0.05	42.2	
7.表す(女子体育)	-0.06	0.22	0.26	20.4	
8.育む(幼児教育)	0.12	0.68	-0.00	46.1	
9.ゆれ動く(若者論)	0.19	0.41	0.14	40.6	
10.学ぶ(戦後教育史)	0.33	0.10	0.35	34.7	△
11.演じる(織田 明)	0.16	0.07	0.83	32.6	
12.装う(美は力か)	0.38	0.38	0.22	34.0	△
13.知らせる(放送の 昨今)	0.28	0.30	0.34	41.7	
14.繋ぐ(テレコンピュ ーティング)	0.62	0.15	0.10	33.7	△
15.集う(日本的共同体)	0.48	0.36	0.33	41.4	
16.信じる(地域と信仰)	0.50	0.27	0.23	40.9	
17.極める(学問と人生)	0.46	0.22	0.49	40.2	
18.癒す(医療と宗教)	0.68	0.20	0.32	34.1	
19.救う(教祖と教団)	0.33	0.30	0.20	21.7	
20.求める(座談会)	0.53	0.03	0.34	37.4	
固有値	6.45	1.30	0.95		
寄与率	68.7	13.7	10.1		
因子の意味	新しい知識 広い視野	身近な話題 家庭と教育	ゲストとの ふれあい		

※第4因子は省略

△印は講師のみによる講義形式の番組

この表によると、最も評価が高かったのが木下恵介監督にゲスト出演をお願いした第3回目の講義で、7割弱の受講生の方がよい評価を下している。この数字が木下監督にスタジオで接したり双方向で会話をしたりした生駒の受講生だけでなく、録画を視聴した他のネット局の受講生をも含んだ数字であることに注意されたい。この第3回は、語弊はあるが、異常に高い評価を得たものといってよいだろう。他の番組は概ね20%から40%の比率であった。

この番組評価についても図表2、4と同様の因子分析をほどこし、番組評価の傾向を析出してみることにしよう。図表11に示したのがその結果である。第1因子として析出された最も強い傾向は、「詠む」「癒す」「繋ぐ」「開く」といった番組を評価し、身近なテーマである家庭とか教育に対する評価があまり高くない、といった傾向で、これは「新しい知識・広い視野」の軸と意味付けることができるだろう。次の第2因子は「暮らす」「育む」といった番組への評価が高く、「開く」「詠む」などへの評価の低い因子で、「身近な話題・家庭と教育」の軸と見ることができる。第3因子は、著名なゲストの出た回の評価が高く、「ゲストとのふれあい」の軸であると考えられよう。

このように析出された3つの傾向に関して、各属性グループはどのように対応しているだろうか。各因子を代表する2、3の番組について各属性グループごとの番組評価を示したのが、次にあげる図表12である。

図表 12 各因子を代表する番組の評価※

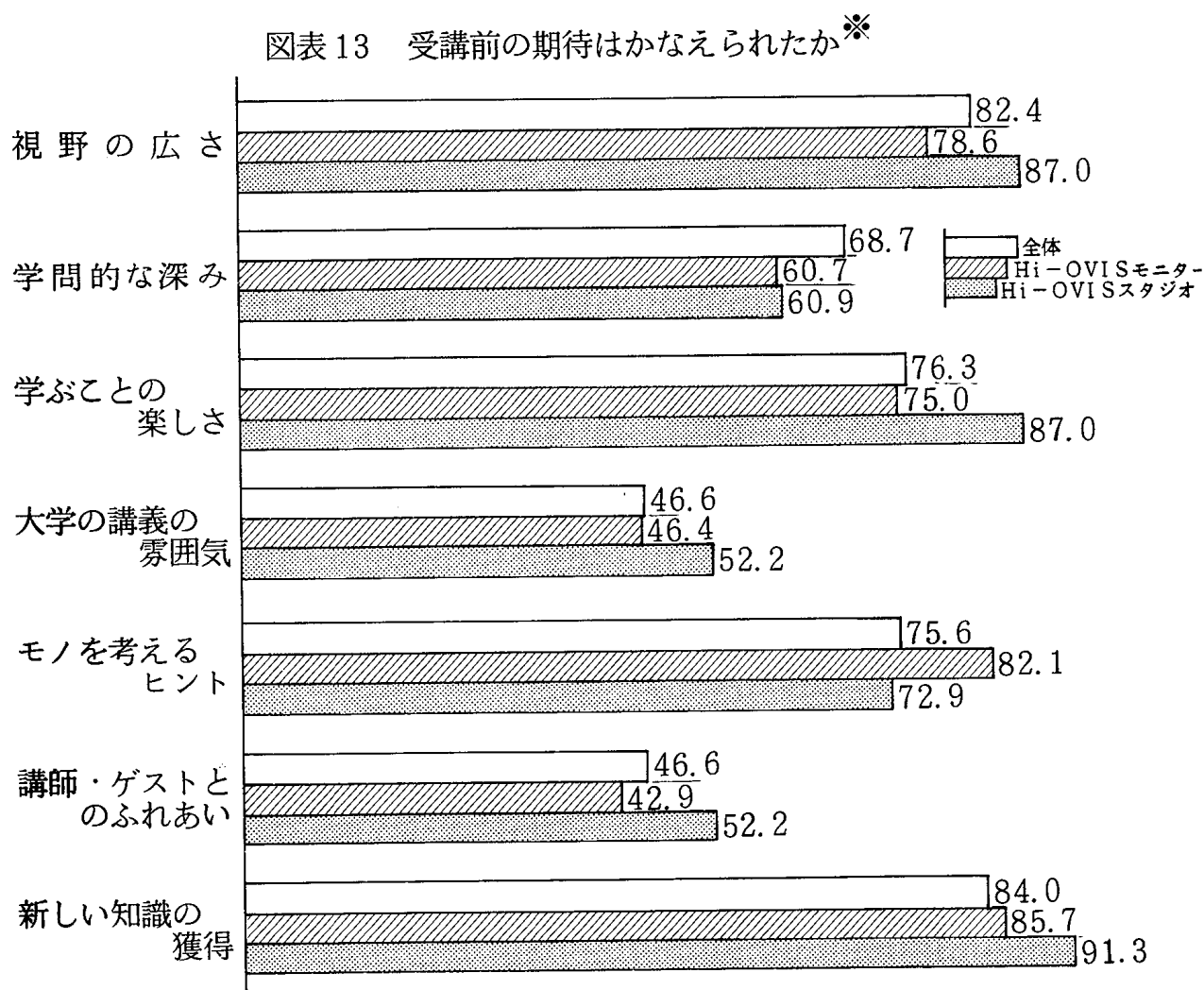
因 子			第 1 因 子			第 2 因 子		第 3 因 子	
			万 葉	医療と宗教	テレコンピ ューティング	おとなと 子ども	幼 児 教 育	織 田 明	木下 恵介
性 別	男 性		38.6	28.8	27.8	40.4	40.0	30.8	58.1
	女 性		45.5	43.8	42.5	41.2	54.3	35.9	77.1
年 齢 別	2 0	代	37.5	26.7	26.7	37.5	50.0	37.5	62.5
	3 0	代	8.3	25.0	35.7	37.5	46.7	16.7	56.3
	4 0	代	35.0	22.2	28.6	43.5	42.9	33.3	55.6
	5 0	代	42.9	39.1	46.2	32.3	31.0	33.3	69.7
	6 0 以 上		65.2	50.0	29.4	52.4	73.7	41.2	76.0
職 業 別	管理・専門・技 術職(被雇用)		25.7	22.6	24.2	45.7	47.1	18.8	55.3
	事務職(被雇用)		55.6	20.0	30.0	36.4	50.0	33.3	60.0
	技能・小売・サー ビス職(被雇用)		30.8	18.2	16.7	50.0	36.4	45.5	69.2
	自 営・自由業		66.7	57.1	22.2	30.0	25.0	28.6	66.7
	主 婦		42.9	47.4	48.0	37.5	53.3	40.0	76.7
	無 職		87.5	80.0	80.0	42.9	50.0	60.0	75.0
学 歴 別	高 卒 等		41.9	32.1	22.6	32.4	34.4	25.9	69.4
	短 大 卒 等		46.2	36.8	34.8	44.4	60.0	33.3	59.3
	大 卒 等		37.1	33.3	39.4	48.6	44.4	36.4	64.1

※ 「よかった」と回答した者の比率(%)

性別に見ると、全体に女性の評価が高い。男性は、木下監督の回を除いて、全般に評価が低い。やや不可解なことに第2因子での評価が比較的高い。男性にとってはかえって新鮮なテーマであったとも考えられる。年齢別では、どの因子とも高齢者の評価がかなり高い。「テレコンピューティング」だけは若干若い方へシフトしているのが見られる。職業別では無職の人と主婦の

評価が高いが、これは先の年齢別の傾向と無関係ではないだろう。また学歴別に見ると、全般に大卒と短大卒の評価が高いが、木下監督の回だけは高卒の人の評価が最も高かった。

さてこのように20回のシリーズを視聴し終えて、当初の講座への期待は十分になえられただろうか。当初の期待に対する満足度を各項目別に尋ねた結果を示したのが図表13である。



※ 「十分になえられた」と「なんとかかなえられた」の和(%)

図には比較をより鮮明にするため、全体の値とHi-OVISモニター、Hi-OVISスタジオ受講生の値の3者のみを掲げた。全体的に見ると、「視野の広さ」「学ぶことの楽しさ」「モノを考えるヒント」そして「新しい知識の獲得」といったところで満足度が高い。Hi-OVISのモニターに関して

は、「モノを考えるヒント」を除き総体的に満足度は低いが、これはモニター集団がすでにCATVによるこうした講座の受講経験を数多く持っていること、双方向による同時講義ということで、当初から期待水準が高かったこと等を考えれば当然の結果ともいえよう。Hi-OVISスタジオ受講生については、「学問的深み」「モノを考えるヒント」を除き、かなり満足度が高い。「大学の講義の雰囲気」や「講師やゲストとのふれあい」の満足度が高いのは当然としても、「学ぶことの楽しさ」という、いわば最も重要な点での満足度が高いことは特筆に値しよう。

このように見てくると、今回の「市民大学講座」に対して全般的には概して好意的な評価がされていることがわかったが、反面、項目を細分してみると、その中のある点については特定の属性集団から厳しい評価が下されていることがわかった。とりわけ、全体的評価や期待に対する満足度に関してHi-OVISモニターの評価が低く、他の集団、特にCATVを媒介しないHi-OVISスタジオ受講生の評価が高かったことは注目に値する。

5. 種々のコミュニケーション媒体に対する評価

今回のシリーズの受講生は、日常接しているCATVも含めた各種のコミュニケーション・メディアを、どのように評価しているのだろうか。アンケートでは、メディアの社会的意味を考慮し、情報源としてのメディアと娯楽源としてのメディアという2側面から、それぞれ受講生の評価を尋ねた。その結果を示したのが図表14及び15である。

図表 14 情報源としてのメディア評価※

メディア 属 性		CATV	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	広告媒体	友人等との会話
地域別	Hi-OVIS モニター	44.0	57.7	25.0	50.0	8.3	4.2	8.0
	Hi-OVIS スタジオ	—	52.2	43.5	60.9	30.4	9.1	22.7
	唐 津	25.9	74.0	53.3	53.3	12.0	19.2	8.0
	富 士 五 湖	42.9	45.0	25.0	52.6	20.0	10.0	26.3
	上 田	26.7	40.0	20.0	80.0	21.4	33.3	46.7
	岸 和 田	50.0	40.0	10.0	80.0	30.0	0.0	30.0
性別	男 性	25.4	50.0	30.4	56.5	21.2	12.1	20.0
	女 性	41.5	61.8	37.7	63.0	16.0	13.7	21.6
年齢別	20 代	38.9	55.6	16.7	72.2	27.8	16.7	33.3
	30 代	33.3	33.3	33.3	66.7	23.5	22.2	50.0
	40 代	16.7	50.0	24.0	68.0	27.3	8.7	16.7
	50 代	35.3	54.3	26.5	54.3	6.1	12.1	6.3
	60 以上	40.0	77.8	65.4	42.3	20.0	8.3	13.0
学歴別	高 卒 等	31.4	52.8	40.0	52.9	20.6	8.8	20.6
	短 大 卒 等	26.7	62.5	38.7	53.1	12.9	12.9	13.8
	大 卒 等	33.3	51.1	26.7	62.2	22.0	14.3	21.4

※ 「とても評価している」と回答した者の比率(%)
□ は各属性グループ内での最大値

まず情報源としてのメディア評価から各属性別に見てみよう。地域別では、全体に約4割の回答者がCATVを評価しているが、唐津及び上田では評価が特に低くなっている。これは図表6で見た視聴時間の短かさとも関係していると思われる。視聴時間の長かったHi-OVISモニターや岸和田などでは、評価も高くなっているのは注目に値する。その他CATVに関しては、

男性より女性、60歳以上と20代、大卒者といったところで情報源としての評価が高い。次にテレビ・ラジオについて見よう。地域別ではテレビ・ラジオともに唐津の評価の高さが群を抜いている。性別では、女性の方が高いが、CATVの場合ほどの差はない。年齢で見ると、高齢者ほど評価しているが、特にその傾向はラジオにおいて著しい。学歴では、テレビが短大卒の、ラジオが高卒の評価が高くなっている。

新聞・雑誌等の活字媒体ではどうだろうか。放送メディアの媒体よりもさらに男女差が縮まり、雑誌では逆に男性の評価の方が高くなっているのが注目される。年齢で見ると、前3者とは全く逆に、若年者ほどこれらの活字メディアから多くの情報を持てることが観測される。学歴でも、高学歴者ほど評価が高くなっており、放送メディアとは逆の傾向を見ることができるのである。もう一つ注目される点は、友人等との会話に対してHi-OVISモニターとの唐津の評価が極めて低いことである。これが地域的なものなのか、他に別の理由があるのかは不明であるが、興味ある結果であるといえよう。

図表 15 娯楽源としてのメディア評価※

メディア 属 性		CATV	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	広告媒体	友人等と の会話
地域別	Hi-OVIS モニター	7.7	34.6	8.0	11.5	8.0	0.0	16.0
	Hi-OVIS スタジオ	—	56.5	26.1	34.8	30.4	4.5	36.4
	唐 津	0.0	50.0	28.6	3.8	4.0	0.0	19.2
	富 士 五 湖	28.6	50.0	20.0	38.1	21.1	0.0	31.6
	上 田	13.3	66.7	33.3	20.0	21.4	13.3	42.9
	岸 和 田	10.0	70.0	20.0	30.0	30.0	20.0	60.0
性別	男 性	9.0	49.3	17.6	13.2	15.6	3.1	25.8
	女 性	9.4	54.7	28.3	32.1	19.2	5.9	36.0
年齢別	20 代	5.6	72.2	16.7	38.9	44.4	11.1	38.9
	30 代	16.7	38.9	27.8	33.3	11.1	5.6	50.0
	40 代	12.5	62.5	28.0	20.8	21.7	8.7	40.9
	50 代	3.0	37.1	17.6	11.8	9.4	0.0	12.5
	60 以 上	11.5	53.8	24.0	15.4	8.3	0.0	20.0
学歴別	高 卒 等	17.1	48.6	22.2	34.3	22.9	5.9	25.7
	短 大 卒 等	6.5	53.1	19.4	18.2	20.0	3.2	20.7
	大 卒 等	4.5	55.6	27.3	16.3	14.0	4.9	37.2

※ 「とても評価している」と回答した者の比率(%)

□ は各属性グループ内の最大値

各メディアを娯楽源として見た場合、その評価はどうなるだろうか。CATVに関しては、全体に娯楽源としての評価が極めて低く、情報源としての評価の4分の1程度しかない。属性間の差を見ると、地域別で富士五湖の、年齢別で30代の、学歴別で高卒の評価がそれぞれ比較的高いことが見て取れる。テレビ・ラジオの放送メディアに関しては、Hi-OVISモニターの

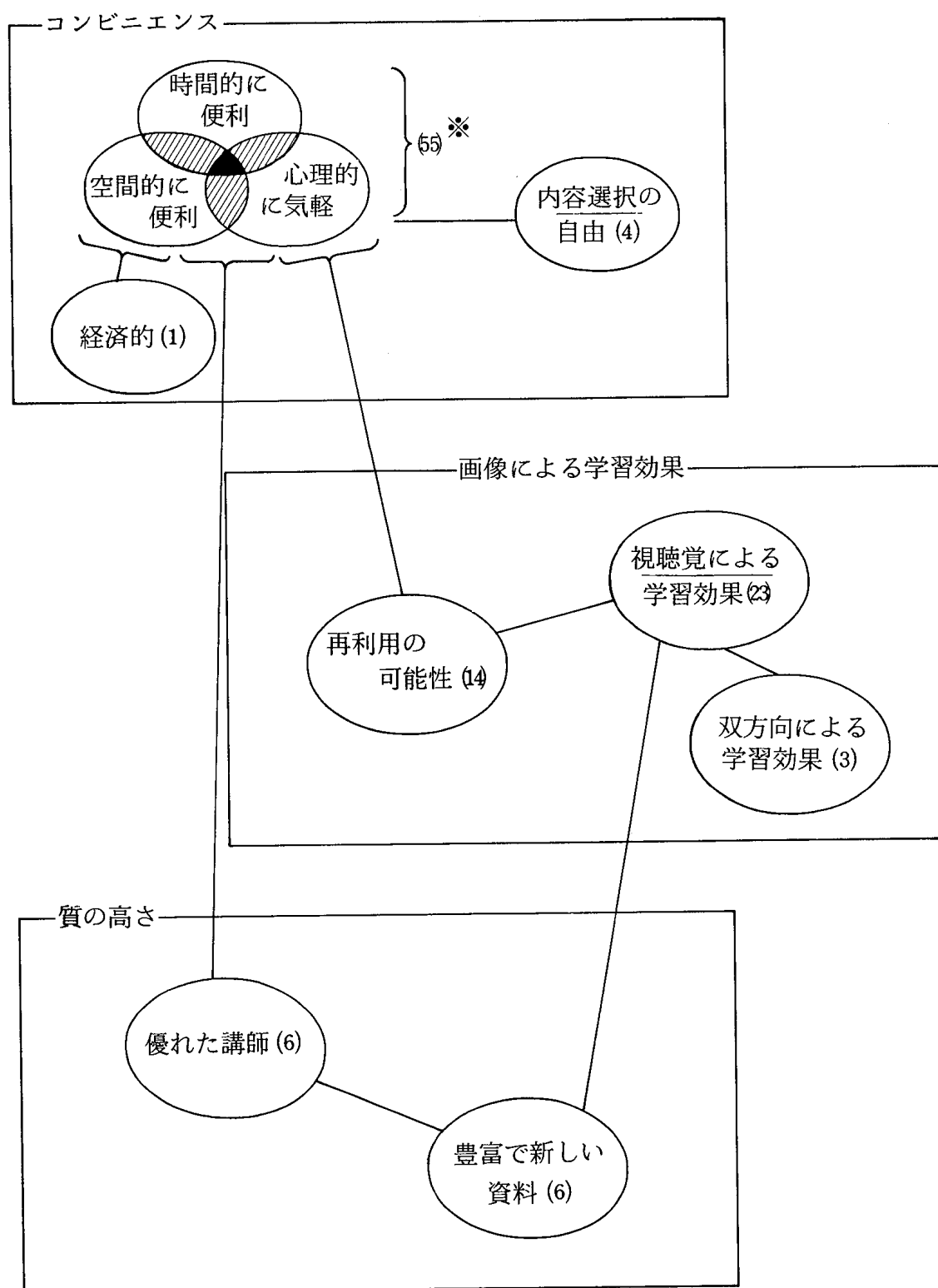
評価がかなり低いほかにそれほどの地域差はない。しかし情報源の場合とまるで逆に、年齢別では若年者ほど評価が高くなっている。また、学歴も高いほど娯楽源としての評価が高い。（ただし、この学歴による差は年齢による差を根底に持つ、みせかけの差である可能性が高い。）

新聞・雑誌等の活字メディアでは、情報の場合よりもさらに年齢による差が大きくなっている。特に20代の雑誌に対する評価は、60歳以上の5倍以上にものぼっており、現代の若年者が雑誌世代であることを改めて知ることができる。そのほかでは、情報源の場合と同様、Hi-OVISモニターと唐津で、友人等との会話に対する評価が低い。情報源の場合の結果とあわせると、どうもこの2地域では会話による地域的コミュニケーション自体があまり盛んでないように思われる。この程度のサンプルではそれ以上のことを言うのは危険であるが、地域性の一つの側面をあらわしているものとして注目してよいだろう。

6. テレビによる学習の利点と欠点

今回のアンケートでは、CATVも含めたテレビによる学習の利点と欠点について、自由記述方式で回答してもらった。最後にその結果をひととおり見ておくことにしよう。図表16は、テレビによる学習の利点について寄せられた回答を、チャートにまとめたものである。

図表 16 テレビによる学習の利点



※ ()内は延べ記述数

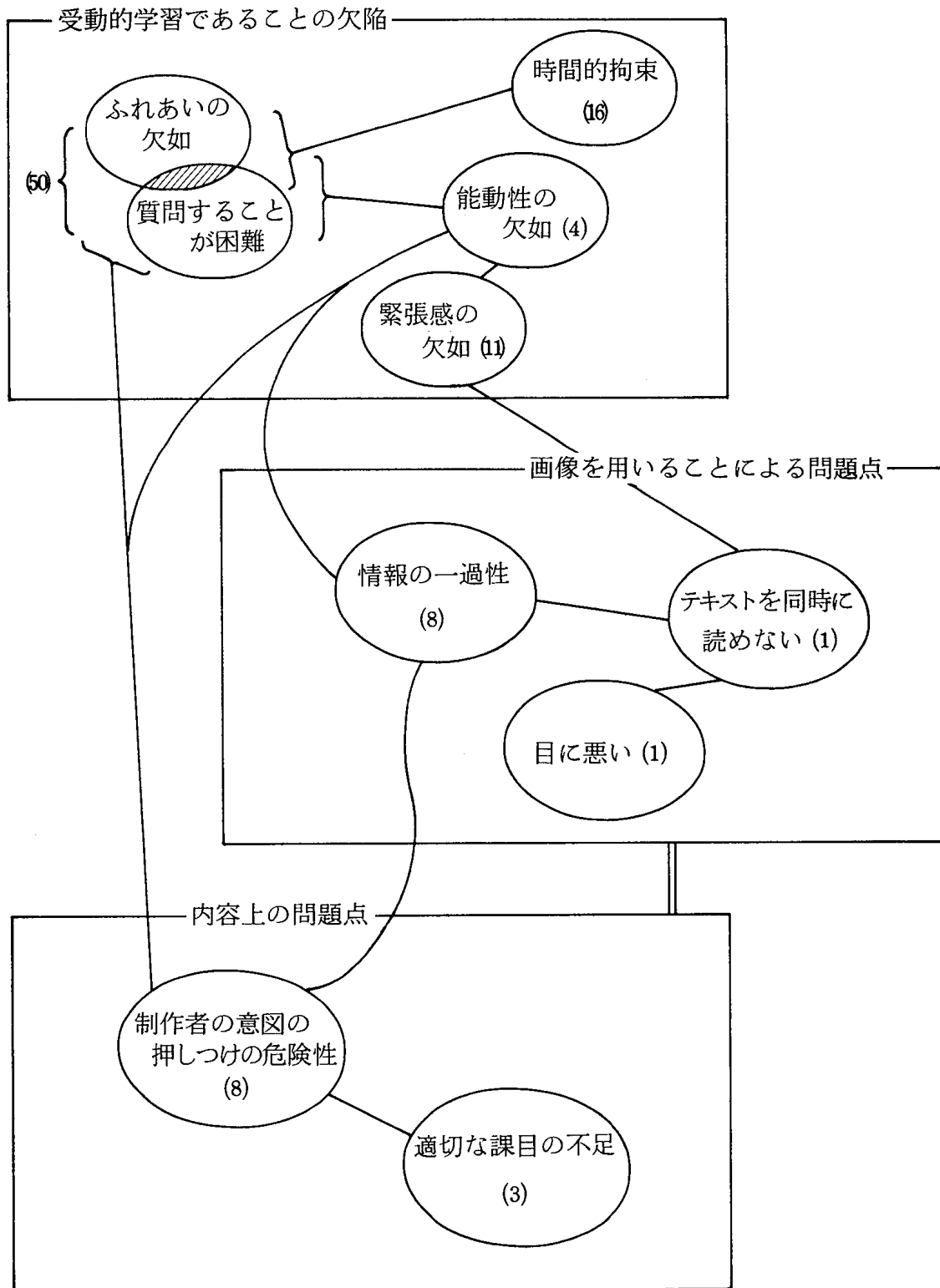
回答者のあげた、テレビによる学習の利点は、延べ112項目にのぼった。(ただし、1人の回答に複数の内容が書かれていた場合には、複数の回答として数えてある。)それらを内容的に分類すると、概ね3つに分けられた。つまり、①様々な点で便利であること(コンビニエンス)に対する評価、②画像を用いることにより高められる学習効果に対する評価、そして③質の高い学習ができることに対する評価の3点である。このうち最も記述が多かったのは、コンビニエンスに関してである。とりわけ、時間的・空間的・心理的なコンビニエンスを指摘した回答者は、半数近くにのぼっている。その多くは、「居ながらにして学べる」ことや、「移動時間がいらぬ」点、あるいは、「誰にも気がねせずリラックスして学べる」点を評価している。それに関連して、少数ではあるが、「スイッチひとつで放送内容を取捨できる」といった、内容選択の自由を評価するものや、「安価である」といった経済的な側面からの評価もあった。

それについて記述数の多かったのは、画像による学習効果の高さへの評価である。とりわけ、極めて常識的ではあるが、「聴覚だけでなく視覚に訴える学習はより効果的だ」とする意見が多かった。その他にも今回の実験に関して双方向システムのメリットを指摘する記述も2、3見られた。さらにテレビによる学習を効果的にしているのは、そうした視聴覚に訴える情報を、ビデオによって再利用することが可能なことである。それに関しても14名の回答者が指摘していた。

もう1つの利点として、それほど数は多くないのだが、普段接することの困難な優れた講師の講義を受けることができる、という点に対する評価と、機動的な取材により、豊富で新しい資料を期待できる、という点に対する評価とを得た。

さて、それに対し、CATVも含めたテレビによる学習の欠点について回答者はどのように答えているだろうか。それを利点と同様やはりチャートにまとめてあらわしたのが図表17である。

図表 17 テレビによる学習の欠点



回答者のあげた、テレビによる学習の欠点は、利点よりやや少く、102項目であった。それらを利点と同様に内容の上から分類すると、やはり3つの大きなグループに分けられた。つまり、①テレビによる学習が受け身の学習であることからくる欠点、②視聴覚に訴えるという手段をとることからくる問題点、そして③番組という形の既製品で学ぶことからくる内容上の危険性の3点である。

簡単に細部を見ておこう。まず102の記述のうち、最も数が多かったのは「講師と受講者のコミュニケーションがなく、お互いに物足りない」「友人から、または友人への刺激による相乗作用に欠ける」といった、対話やふれあいの欠如を指摘する声であり、50もの記述があった。こうした指摘には、「教室の雰囲気が伝わらない」という心理的なものの他に、「質問しようと思ってもできない」という実際的な問題点までが不可分に含まれている。ふれあいの欠如の背景には、テレビによる講義が（Hi-OVISは別として）一般に一方通行であることがある。そのことはまた、「時間が自由にならない」といった時間的拘束に関する指摘、「与えられることに慣れすぎる」といった能動性の欠如に関する指摘、あるいは「集中することができない」といった緊張感の欠如に関する指摘にも直接に関係してくる。このような学習の受動性に対する指摘は、欠点に関する記述全体の約8割にものぼり、学習者にとっていかに重大な欠陥として意識されているかがそのことから窺えるのである。

次に、画像を用いて学習することによる問題点であるが、最も多く指摘されていたのが、「見落しても、一過性の情報なので聞きなおしができない」という情報の一過性の問題であった。これは情報の伝達自体が持続的でない、というだけでなく、画像によって与えられた情報は忘れやすい、という心理的な指摘をも含んでいる。このグループには他に、「放送中はテキストを読めない」「目に悪い」といった実際的な指摘が含まれている。こうした画像に関する欠点の指摘は、ほぼ図表16の画像による学習効果の裏返しだと考えてよい。

最後に、放送内容上の問題点であるが、制作側の意図が一方的に押しつけられる危険を指摘する声が多かった。具体的には「どんなことでも一旦放送されると、よいこととして受けとられる」危険が、テレビによる学習には常についてまわる、といったような声である。押し着せの内容であると、自分の学びたい課目とぴったりにくるものが少い、という声も少数ながらあった。こうした欠陥は基本的に学習の受動性に起因するものと考えられることもできよう。

このように見てくると、アンケートを通じてあげられたテレビによる学習の欠点というものが、大部分テレビによる学習の利点の裏返しになっていることがわかる。図表 16 と 17 とを比較することで、それは容易に理解されるはずである。こうしたことの背景には、①放送という便利で手軽なメディアを用いて、②受講者の視覚と聴覚に訴え、③一定の高水準の学習ができる、という3つの条件が、そっくりそのまま欠点の原因ともなり得るということがあると考えられる。CATVによる「市民大学講座」受講者という限られた集団をサンプルとした調査の結果ではあるが、非常に重要な問題を指摘しているといってよいだろう。